

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

SETOR LITORAL

JOÃO GUILHERME ROMÃO

KAUÊ KIM PESCH MARIANO

PLANO DE NEGÓCIOS PARA UMA AGÊNCIA DE TURISMO

MATINHOS  
2015

JOÃO GUILHERME ROMÃO

KAUÊ KIM PESCH MARIANO

## PLANO DE NEGÓCIOS PARA UMA AGÊNCIA DE TURISMO

Trabalho apresentado como requisito para conclusão de curso em Tecnologia em Gestão de Turismo, da Universidade Federal do Paraná - UFPR – Setor Litoral.

Profº orientador: Luiz Ernesto Brambatti

MATINHOS  
2015

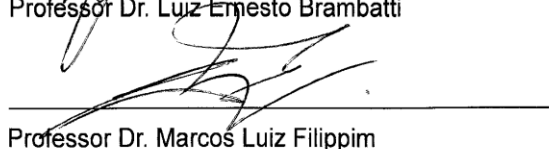
### ATA FINAL DE AVALIAÇÃO DA DEFESA DO TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

Aos quatorze dias do mês dezembro de 2015, às 17:00 horas na sala 21 A da UFPR – Setor Litoral reuniu-se a banca examinadora do Trabalho de Conclusão de Curso, constituída pelos professores Dr. Marcos Luiz Filippim e Ma. Beatriz Leite Ferreira Cabral, sob a presidência do professor Dr. Luiz Ernesto Brambatti. O Trabalho de Conclusão do Curso de Tecnologia em Gestão de Turismo da UFPR de autoria dos alunos Kauê Kim Pesch Mariano e João Guilherme Romão dos Santos, sob o título: “PLANO DE NEGÓCIOS PARA UMA AGÊNCIA DE TURISMO”. O conceito atribuído foi: AS. Os alunos terão o prazo de 15 (quinze) dias para fazer as correções solicitadas pela banca e entregar a versão final impressa em capa dura e em CD com arquivo em PDF para a Assessoria da Câmara.

Matinhos, 14 de dezembro de 2015.



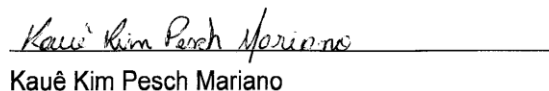
Professor Dr. Luiz Ernesto Brambatti



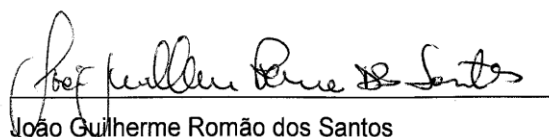
Professor Dr. Marcos Luiz Filippim



Professora Ma. Beatriz Leite Ferreira Cabral



Kauê Kim Pesch Mariano



João Guilherme Romão dos Santos

## **RESUMO**

O presente trabalho é referente a um plano de Negócios, este plano estará abordando etapas para abertura da empresa GUAP TURISMO, uma agência de turismo que tem como objetivo melhorar e divulgar o turismo nas ilhas paranaenses. A empresa terá suas funções voltadas á venda de pacotes turísticos pelas ilhas: Ilha do Mel, Ilha das Peças e Ilha do Superagui. Estará incluso nos pacotes turísticos: transporte marítimo, estadia e refeição. A proposta seria para o desenvolvimento do turismo receptivo nas ilhas, explorando os atrativos, o comércio local e suas belezas naturais. Parcerias com as empresas diretas e indiretas facilitarão na formação dos pacotes turísticos tanto na qualidade quanto nos preços final ao cliente. Este plano visa aproximar os aspectos mais importantes a serem considerados quanto da implantação, organização, divulgação e comercialização dos serviços oferecidos. Objetivo da empresa será oferecer um serviço voltado a mostrar a diversidade que nossas ilhas possuem proporcionando aos turistas nossa riqueza cultural, social e todo o aspecto natural das ilhas. Procurar orientar todos os visitantes, para respeitar a natureza e quem cuida dela, além de mostrar para a população local o turismo como uma alternativa de trabalho, mantedora de valores e tradições e preservação da história local.

Palavras - Chave: Plano de Negócio; Turismo; Pacote turístico; Ilhas Paranaenses.

## **ABSTRACT**

This paper refers to a business plan, this plan will be addressing steps for opening the company GUAP TURISMO, a travel agency that aims to improve and publicize tourism in Paraná islands. The company will have its functions geared for sale of package tours to the islands: Honey Island, Island of parts and Superagui Island. It will be included in tour packages: shipping, leaseholders and meal. The proposal would be for the development of inbound tourism in the islands, exploring the attractions, local businesses and its natural beauty. Partnerships with the direct and indirect companies will facilitate the training of tour packages both in quality and in the end price to the customer. This plan aims to bring the most important aspects to be considered as the implementation, organization, dissemination and marketing of the services offered. Company goal is to offer a service aimed to show the diversity that our islands have providing tourists our cultural wealth, social and all the natural aspect of the islands. Search guide all visitors to respect nature and who takes care of it, and to show the local population tourism as an alternative to work, mantedora values and traditions and preservation of local history.

Keywords: Business Plan; Tourism; Tour package; Paranaenses Islands.

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b>	1
1.1 ORIGEM DAS AGÊNCIAS DE VIAGENS	1
1.2 AS AGÊNCIAS DE TURISMO NO BRASIL	2
1.3 AGÊNCIAS DE TURISMO – FUNÇÕES E TIPOLOGIAS	3
<b>2 PLANO DE NEGÓCIO - AGÊNCIA DE TURISMO GUAP TURISMO</b>	5
2.1 SERVIÇO E PRODUTO	5
2.2 CARACTERÍSTICAS DOS LOCAIS OFERTADOS	6
2.2.1 Ilha do Mel	6
2.2.2 Ilha de Superagui	9
2.2.3 Ilha das Peças	11
<b>3 PLANO DE MARKETING</b>	12
3.1 PRODUTO	13
3.2 PREÇO	14
3.3 PRAÇA	15
3.4 PROMOÇÃO	15
3.5 PESSOAS	15
<b>4 ASPECTO OPERACIONAL</b>	16
4.1 LOCALIZAÇÃO	17
4.2 RECURSOS FÍSICOS	17
4.3 RECURSOS TECNOLÓGICOS	17
4.4 RECURSOS HUMANOS	17
<b>5 PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO</b>	19
5.1 AMBIENTES EXTERNOS (OPORTUNIDADES E AMEAÇAS)	19
5.1.1 Oportunidades	19
5.1.2 Ameaças	20
5.2 ANÁLISES INTERNAS (PONTOS FORTES E PONTOS FRACOS)	20
5.2.1 Pontos Fortes	20
5.2.2 Pontos Fracos	21
5.3 OBJETIVOS	21
5.4 ESTRATÉGIAS	21
<b>6 ADMINISTRAÇÃO DA EMPRESA</b>	22

6.1 EMPRESA.....	22
6.1.1 Definição .....	22
6.1.2 Missão.....	22
6.1.3 Objetivos .....	23
<b>7 ASPECTOS ECONÔMICOS E FINANCEIROS .....</b>	<b>23</b>
7.1 INVESTIMENTOS INICIAIS .....	24
7.2 INVESTIMENTOS FINANCEIROS.....	25
7.3 INVESTIMENTOS PRÉ-OPERACIONAIS .....	25
7.4 RESUMO DOS INVESTIMENTOS.....	26
7.5 CUSTOS FIXOS MENSAIS.....	26
<b>8 ANÁLISE DE RISCO .....</b>	<b>27</b>
8.1 PROBLEMAS COM A SAZONALIDADE.....	27
8.2 EFEITOS ECONÔMICOS .....	27
8.3 FATORES GOVERNAMENTAIS.....	27
8.4 ESTAGNAÇÃO DO SERVIÇO .....	28
8.5 DEFINIÇÕES DO POSICIONAMENTO DE MERCADO .....	28
8.6 CONCORRENTES.....	28
<b>9 CONCLUSÃO .....</b>	<b>30</b>
<b>10 PACOTES TURÍSTICOS .....</b>	<b>31</b>
10.1 ILHA DO MEL (NOVA BRASÍLIA E ENCANTADAS) .....	31
10.1.1 Atrações .....	31
10.2 ILHA DE SUPERAGUI .....	32
10.2.1 Atrações .....	32
10.3 ILHA DAS PEÇAS (LITORAL NORTE DO PARANÁ) .....	33
10.3.1 Atrações .....	33
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>35</b>

## 1 INTRODUÇÃO

O que iremos abordar em seguida é um Plano de Negócio para a Empresa GUAP TURISMO, uma agência de turismo que tem como objetivo melhorar e divulgar o turismo nas ilhas do litoral Paranaense. A empresa terá suas funções voltadas à venda de pacotes turísticos pelas ilhas: Ilha do Mel, Ilha das Peças e Ilha do Superagui. Estará incluso nos pacotes turísticos: transporte marítimo, estadia e refeição. A proposta seria para o desenvolvimento do turismo receptivo nas ilhas paranaenses, explorando os atrativos, o comércio local e suas belezas naturais. Atendendo a expectativas dos turistas e dos moradores de Paranaguá, que poderão estar mais em contato com as ilhas. Sendo que, há moradores que nunca tiveram oportunidade de conhecer.

GUAP TURISMO terá sede na cidade de Paranaguá, vendas feitas via internet. Ponto de partida é de Paranaguá para as Ilhas. Essas ilhas seriam: Ilha do Mel, Superagui e Ilha das Peças, este serviço atende todas as pessoas que querem estar em contato com a natureza e para aqueles que querem conhecer.

As parcerias com as empresas diretas e indiretas facilitarão na formação dos pacotes turísticos tanto na qualidade quanto nos preços acessíveis, Este plano visa aproximar os aspectos mais importantes a serem considerados quando da implantação, organização, divulgação e comercialização dos serviços oferecidos.

Objetivo da empresa será oferecer um serviço voltado a mostrar toda diversidade que nossas ilhas podem proporcionar aos turistas, trazendo um pouco da nossa riqueza cultural, social e todo o aspecto natural das ilhas, procurar orientar todos os visitantes entenderem e respeitar a natureza e quem cuidam dela, além de mostrar para a população local o turismo como uma alternativa de trabalho, mantenedora de valores e tradições e preservação da história local.

### 1.1 ORIGEM DAS AGÊNCIAS DE VIAGENS

A companhia britânica Cox & Kings, criada em 1758, é a agência de viagem mais antiga do mundo e Thomas Cook um de seus mais notáveis pioneiros, por seu



planejamento desde 1841 de excursões religiosas em grupo (AGÊNCIA DE VIAGENS. In: WIKIPÉDIA. 2015).

Em 1841, Thomas Cook, antes de ser considerado o pai do Turismo Moderno, era simplesmente um vendedor de bíblias. Durante sua ida para um encontro de uma liga contra o alcoolismo em Loughborough, ocorreu-lhe a ideia de alugar um trem para levar outros colegas. Juntou 570 pessoas, comprou e revendeu os bilhetes, configurando a primeira viagem agenciada. Tempos depois em 1846, realizou sua segunda viagem, dessa vez com 800 pessoas de Londres para Glasgow com a utilização de serviços de guias de turismo (THOMAS COOK. In: WIKIPÉDIA. 2015).

Mesmo tendo sido um fracasso comercial, é considerada como um profundo sucesso em relação à organização do primeiro pacote turístico, pois se constatou a enorme possibilidade econômica que este negócio poderia chegar a ter como atividade, criando assim em 1851 a Agência de Viagens “Thomas Cook *and son*”. Em 1867 inventa o “*voucher*”, documento que permite a utilização em hotéis de certos serviços contratados e propagados através de uma agência de viagens (GUEDES, 2015, p. 176).

## 1.2 AS AGÊNCIAS DE TURISMO NO BRASIL

Para Candioto (2012, p. 4), “Não há de fato como se comprovar quem deu início as atividades de agenciamento no Brasil, a falta de registros e informações detalhadas impedem de saber o desenvolvimento desta atividade com exatidão”.

Porém baseado nas pesquisas realizadas no material disponibilizado pela Associação Brasileira das Agências de Viagem (abav), descobrimos que no início do século 20 já existiam algumas companhias que ofereciam serviços de intermediação de viagens e suas principais comercializações eram as vendas de passagens marítimas e férreas, já que ainda não existia a aviação comercial.

Nessa época no Rio de Janeiro, ingressava no setor a família Cinelli, precisamente em 11 de setembro de 1901 e 10 anos depois foi à vez da Casa Aliança iniciar suas operações de agenciamento em São Paulo em 1911, assim como também a Martinelli e Casa Bernardo, na qual, Camilo Kahn sucessor da agencia Casa Bernardo que pertencia ao seu pai, se tornou um dos fundadores da

ABAV (associação brasileira de agências de viagem), na década de 1950. Em 1919 instalou-se no Brasil, na cidade do Rio de Janeiro, a Expresso Internacional que era uma multinacional argentina, que ficou famosa, fez escola e passou a ser conhecida pelo seu endereço telegráfico: Exprinter. Em Santos, litoral paulista, a Casa Branco foi criada em 1920 (ABAV, 2003, p. 12).

### 1.3 AGÊNCIAS DE TURISMO – FUNÇÕES E TIPOLOGIAS

Para Acerenza *apud* Dantas (2002, p. 31), as agências são definidas como “uma empresa de serviços dedicada à realização de “arranjos” para viagens e a venda de serviços isolados ou organizados, atuando como intermediária, e/ou organizadora, e/ou assessora, e estabelecendo elos entre os prestadores de serviços turísticos e o usuário final, para fins turísticos, comerciais ou de outra índole”.

Segundo Tomelin (2001 p. 24-26) as agências têm suas tipologias classificadas da seguinte forma:

Agências de viagens detalhistas – “não elaboram seus próprios produtos”, apenas comercializam “viagens com roteiros preestabelecidos”, como pacotes turísticos, organizados por agências maioristas ou operadoras de turismo. Também atuam como receptiva, podem montar pacotes personalizados para clientes específicos, além de atender o público em geral.

Agências de viagens atacadistas – não trabalham com seus próprios pacotes e não vendem diretamente ao público. Somente elaboram pacotes turísticos “que são repassados às agências detalhistas para a venda ao consumidor final”.

Agências operadoras – “Com seus próprios equipamentos ou subcontratação de operadores terrestres locais”, as agências operadoras, operam e elaboram seus pacotes, podendo vender seus produtos ao público em geral diretamente de seus próprios escritórios, além disso, normalmente vendem seus pacotes para agências detalhistas.

Agências de viagens receptivas – “Prestam serviços para as operadoras de turismo e as demais agências de viagens por meio do oferecimento ao turista de uma gama variada de serviços”, como por exemplo, recepcionar e assessorar turistas de diversas partes do território nacional ou internacional, oferecendo

translados do aeroporto ao hotel e vice versa, passeios pela cidade (city tour), elaborar e organizar passeios locais aos turistas, que podem ser comprado à parte do pacote turístico.

Agências de viagens consolidadoras – São responsáveis por fornecerem às agências com preços e voos de diversas companhias aéreas “repassando bilhetes às agências que não possuem credenciais para este fim”.

Agências de viagens e turismo escola – Localizadas em faculdades ou universidades “que desenvolvem ações didáticas pedagógicas e operacionais a fim de atender às necessidades de ensino-aprendizagem para o desenvolvimento de habilidades e competências profissionais”, com o objetivo de treinar alunos e estagiários para o mercado de trabalho na aérea do turismo.

Tomando base estudos sobre as agências, pode-se afirmar que as agências são empresas privadas que tem como objetivo fazer a intermediação entre o cliente e as prestadoras de serviços, tais como, hotéis, pousadas, meios de transportes (aéreas, terrestre, ferroviário, marítimo), restaurantes etc. A função de uma agência de turismo é vender produtos e serviços relacionados a viagens de lazer, negócios, passeios, destino ou cliente específico. Também tem como responsabilidade na organização de quais os meios de transportes que o cliente vai precisar em toda sua viagem, hospedagem, alimentação, além disso, precisa facilitar todo o trâmite de documentação de viagem como passaporte, vistos, assistência e o seguro da viagem, a um preço e condições especiais que facilitam para o cliente uma viagem menos burocrática, em compensação se o cliente fosse negociar diretamente a essas provedoras de serviços. Essa relação entre provedor de serviços turísticos e agência, tem como princípio de que o provedor do serviço, no caso esse provedor como fornecedor, paga uma comissão para agência de turismo, aonde esse valor é deduzido e normalmente é cobrado do cliente final. Mas vale ressaltar, que essa parceria entre os fornecedores e as agências, não significa que os clientes das agências irão pagar um preço maior na contratação de seus serviços, pois a comissão que a agência ganha é referente ao número de clientes que a agência consegue atrair para seus fornecedores.

## 2 PLANO DE NEGÓCIO - AGÊNCIA DE TURISMO GUAP TURISMO

Razão social: GUAP TURISMO

Nome fantasia: GUAP TURISMO

Um plano de negócio é um documento que descreve por escrito os objetivos de um negócio e quais passos devem ser dados para que esses objetivos sejam alcançados, diminuindo os riscos e as incertezas. Um plano de negócio permite identificar e restringir seus erros no papel, ao invés de cometê-los no mercado (SEBRAE, 2013, p. 13).

Quando falamos em plano, devemos ter em mente a palavra planejamento, ou seja, devemos pensar passo a passo para cada ação que iremos realizar e organizar as ideias para saber qual lugar erramos e precisamos melhorar. O plano é a ajuda para concluir se a ideia será viável e trazer mais informações sobre o que realmente precisamos.

### 2.1 SERVIÇO E PRODUTO

Segundo, Lage e Milone (2001, p. 51), em Economia do Turismo, dizem que, de uma forma geral, "o produto turístico é o conjunto de bens e serviços relacionados a toda e qualquer atividade de turismo", e, "especificamente, o produto turístico pode ser definido como um produto composto, formado pelos seguintes componentes: transporte, alimentação, acomodação e entretenimento".

O produto a ser contratado será direcionado as pessoas que buscam um contato maior com natureza, fazendo esquecer o estresse do dia a dia e encontrar comodidade, conforto e ter uma incrível integração com a natureza nas nossas ilhas. Dentre elas o contato direto com pequenas comunidades de pescadores, conhecendo um pouco de suas tradições, observação de golfinhos, passeios em torno da baía de Paranaguá, caminhadas e passeios de bicicleta pelas praias desertas da Ilha de Superagui e Ilha das Peças, visita aos principais pontos turísticos da Ilha do Mel Como: a praia do Farol das conchas, que além da visita

ao farol também é muito frequentada para quem gosta de surf. Fortaleza de Nossa Senhora dos Prazeres muito conhecida pela grande fortaleza construída no século XVIII, além da praia de Nova Brasília muito frequentada por jovens por ser um local com muitos bares, pousadas, restaurantes e campings. Por fim Encantadas que tem a maior concentração de nativos e com muita variedade de pousadas, campings, bares e restaurantes.

A empresa tem como princípios:

- Foco no Cliente;
- Qualidade no Serviço;
- Ética e Transparência;
- Objetivo.

## 2.2 CARACTERÍSTICAS DOS LOCAIS OFERTADOS

A GUAP TURISMO irá trabalhar com pacotes em três ilhas do nosso litoral paranaense

### 2.2.1 Ilha do Mel

A Ilha do Mel está localizada no litoral do Estado do Paraná, na desembocadura da Baía de Paranaguá (Figura 1). Ao norte, localiza-se a Ilha das Peças e o Parque Nacional de Superagui, separados pelos canais Norte e Sudeste; ao sul, localiza-se o Balneário de Pontal do Sul, em Pontal do Paraná, separado pelo Canal da Galheta (SEMA/IAP, 1996).

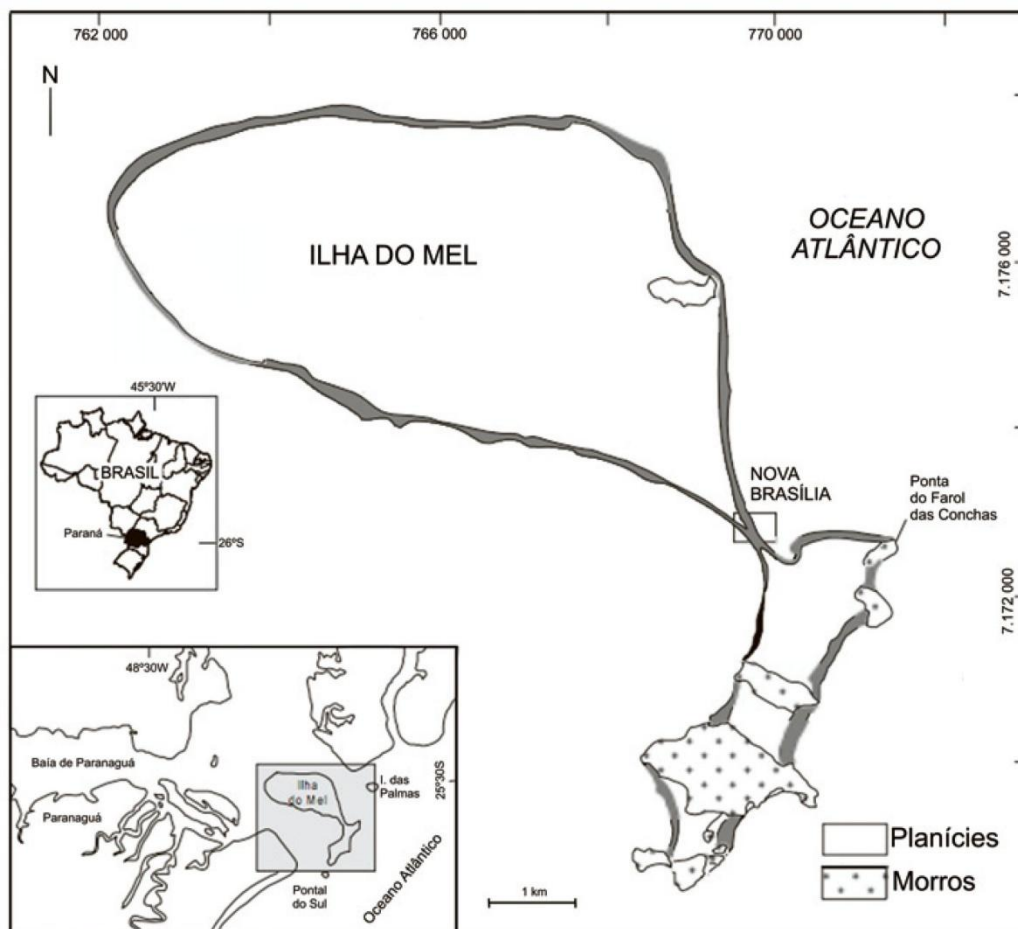


FIGURA 1: MAPA DA ILHA DO MEL, PR, BRASIL.

FONTE: GIANNINI et al, (2004).

A ilha faz parte do município de Paranaguá, é administrada pelo IAP (instituto ambiental do Paraná) Devido à fragilidade ambiental dos recursos existentes na Ilha, o IAP estabeleceu quotas diárias de visitantes, tomando por base o cálculo da capacidade de carga dos ecossistemas locais (GONZAGA; DENKEWICZ; PRADO, p.63, 2014.). A ilha possui um controle de restrição de 5 mil pessoas diário. Na ilha do mel não é permitida nenhum tipo de tração animal ou a motor. Existem varias áreas na ilha do mel aonde não é permitida a visitaçao de turistas como é caso da estação ecológica que foi fundada em 1982 pelo (Decreto Estadual 5.454/1982), com 2.240,69 ha de área, na qual são priorizadas a preservação dos ecossistemas (manguezais, restingas, brejos litorâneos e caxetais) e a pesquisa científica. Na Estação Ecológica a visitaçao pública é aberta apenas com a finalidade de educação ambiental. Os interessados em visitaçao à Estação Ecológica necessitam obter pré-autorizaçao expressa do IAP. (IAP, 1996).

Residem na Ilha do Mel aproximadamente 3.000 habitantes, entre nativos caiçaras e empreendedores em negócios relacionados ao turismo. A população está distribuída em seis comunidades, das quais as mais populosas são Brasília e Encantadas (IAP, 1996).

A ilha possui quatro pontos turísticos de maior importância: ao norte da ilha a fortaleza, no centro Nova Brasília e farol das conchas e mais ao sul encantadas (Figura 2).



FIGURA 2: MAPA ILHA DO MEL – PRINCIPAIS TRILHAS E PONTOS TURÍSTICOS.

FONTE: PREFEITURA DE PARANAGUÁ - GUIA TURÍSTICO 2013.

Na vizinhança da Fortaleza de Nossa Senhora dos Prazeres localiza-se a Comunidade de Fortaleza, que é a menor comunidade da Ilha. Sua infraestrutura turística se resume à algumas pousadas e um empreendimento hoteleiro. Nesse local se encontra a maior parte das casas de veraneio de uso temporário. Tais casas Paraná. Nessa parte a ilha tem um grande fluxo de turistas, pois a Fortaleza se destaca como um dos principais atrativos históricos da Ilha do Mel. Ao norte está a Comunidade de Brasília que é onde também acontece embarque e desembarque de turistas. É o local onde se encontra uma maior infraestrutura urbana como: mercado, igreja, escola, pousadas, restaurantes e campo de futebol. Nessa área podemos ver, de tempos em tempos, o avanço do mar sobre a terra, fenômeno conhecido com “Istmo” ou “Passa – Passa”, que é uma parte estreita da ilha do mel que sofre

erosão desde 1930 provocando perda de território, porém atualmente esse fenômeno não ocorre mais, assim a água do mar não atravessa de um lado para o outro. Na Comunidade do Farol a praia é a mais frequentada, inclusive para a prática de surf. Não por acaso, é onde se encontra a maior concentração de bares, pousadas e restaurantes. Grande parte desses estabelecimentos pertence a empreendedores que não são nativos da Ilha. Essa Comunidade se caracteriza pela concentração de infraestrutura da administração pública, como o IAP, a Força Verde da Polícia Militar do Estado do Paraná, a Companhia Paranaense de Energia Elétrica, o correio e o posto de saúde. Por fim, a Comunidade de Encantadas ou Prainhas, que é a que tem a maior concentração de nativos. Nessa comunidade também acontece o embarque e desembarque de turistas. Fica na parte Sul e é o menor lado da Ilha. Essa comunidade vem apresentando vários problemas, pois áreas de preservação vêm sendo indevidamente ocupadas. Essa comunidade também conta com uma boa infraestrutura e possui bares, pousadas, campings, restaurantes, mercado, escola, campo de futebol, telefones públicos e um posto policial da Força Verde (GONZAGA; DENKEWICZ; PRADO, p. 63-64, 2014.).

### 2.2.2 Ilha de Superagui

Ilha de Superagui é uma ilha pertencente ao município de Guaraqueçaba, situa - se próximo à divisa entre o Paraná e o estado de São Paulo. A Ilha de Superagui faz parte assim como a Ilha das Peças do Parque Nacional do Superagui, que é declarado reserva da biosfera desde 1991 e se tornou Patrimônio da Humanidade em 1999 (Figura 3).



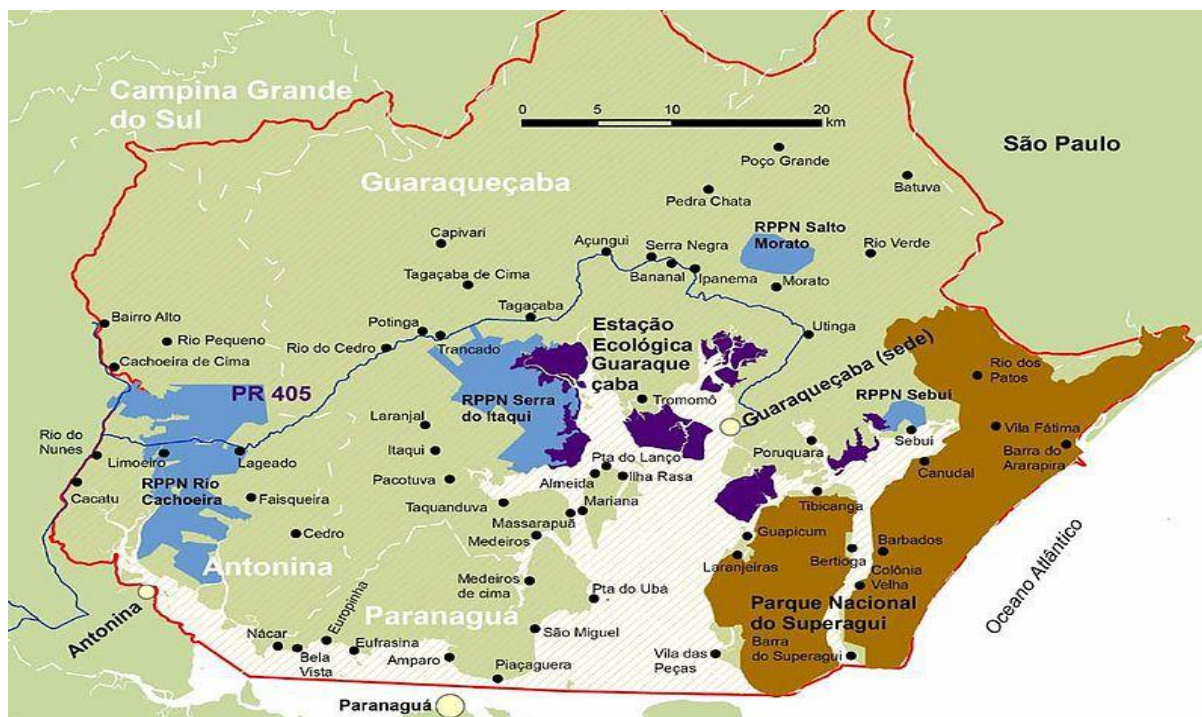


FIGURA 3: ÁREA DE PROTEÇÃO AMBIENTAL DE GUARAQUEÇABA.

FONTE: BLOG DA APA DE GUARAQUEÇABA 2011.

A ilha possui vastas áreas de biodiversidade como floresta atlântica, praias desertas, restinga, manguezais e muitas espécies de animais, alguns deles raros ou com ameaça de extinção, como é caso do papagaio chauá e o papagaio - de - cara - roxa, também entrando na lista de animais ameaçados de extinção o mico leão - de - cara - preta e o jacaré - de - papo - amarelo. Além de toda riqueza natural da ilha, temos também preservada é a cultura da ilha, através do fandango, dança típica do litoral paranaense, que constitui, em uma dança e canto entre homens e mulheres, aonde o homem é o principal na dança, fazendo uma dança batendo tamancos no chão como um sapateado, a mulher acompanha o ritmo da dança dada pelas batidas do tamanco. Na Ilha de Superagui o que se destaca é a imensa praia deserta que chega cerca de 30 km de praia totalmente deserta, somente você a praia e o mar agitado. A praia é fantástica para quem curte caminhada, corrida ou um passeio de bicicleta, pois a areia da praia é uma areia dura, fazendo assim menos cansativa e a vista juntamente com a tranquilidade do local, faz do passeio uma experiência única. (PARQUE NACIONAL DE SUPERAGUI. In: WIKIPÉDIA, 2016).

### 2.2.3 Ilha das Peças

Ilha das Peças é uma ilha localizada no município de Guaraqueçaba no litoral norte do Paraná, fazendo parte do Parque Nacional do Superagui (Figura 4).



FIGURA 4: LOCALIZAÇÃO DA ILHA DAS PEÇAS.

FONTE: ADAPTADO DE INFOGRAFIA: GAZETA DO POVO 2013.

Na ilha vive uma comunidade de 350 pessoas que vive basicamente da pesca. A ilha possui uma escola estadual e municipal de 1º grau e um supletivo de 2º grau, alguns estabelecimentos comerciais, pousada, restaurantes, igrejas, posto de saúde, um campo de futebol, Associação de Mulheres, onde funcionam as cozinha e restaurante comunitário, uma associação de moradores e uma associação de condutores de ecoturismo. O nome da ilha tem origem devido ao comércio de escravos da época, pois os escravos que viam do norte e trazido para sul não podiam ser comercializados, assim não podiam chegar até Paranaguá com a carga de “peças” como era chamado os escravos na época então eles eram deixados em uma ilha próxima ao continente, pelo fato de ter um papel importante, porque ficavam próximas a cidades e tinham um bom lugar para desembarcar e os escravos eram escondidos na ilha até a negociação dos escravos serem concluídas. A ilha é muito conhecida como ilhas dos golfinhos, pela grande quantidade do Boto-cinza (*Sotalia fluviatilis*) e nos últimos anos tem aumentado consideravelmente o turismo

na vila da Ilha das Peças em busca na observação dos botos e também do papagaio – da – cara – roxa (ILHA DAS PEÇAS. In: WIKIPÉDIA, 2014).

### 3 PLANO DE MARKETING

O Plano de Marketing é uma ferramenta de gestão que deve ser regularmente utilizada e atualizada, pois permite analisar o mercado, adaptando-se as suas constantes mudanças e identificando tendências. Por meio dele você pode definir resultados a serem alcançados e formular ações para atingir competitividade (SEBRAE, 2005, p. 10).

O plano de marketing tem que ser algo detalhado nas suas ações, mas a leitura deve ser simples e objetiva para que todos que estão envolvidos no projeto tenham uma melhor compreensão.

#### 3.1 PRODUTO

O negócio refere-se à agência de turismo receptiva GUAP TURISMO, que pretende atuar na cidade de Paranaguá no Paraná e tem como interesse de mercado, vendas de pacotes turísticos das ilhas do litoral: Ilha do Mel, Ilhas das Peças e Ilha de Superagui.

Após uma breve análise na cidade de Paranaguá, ficou evidente a falta de uma agência voltada ao turismo receptivo na cidade abordando os principais pontos de potencialidades turísticas, como as ilhas em torno da baía de Paranaguá e a pouca competitividade nesse mercado em relação a outras agências que atuam na região do litoral paranaense.

Características do produto ofertado pela agência de turismo GUAP TURISMO são:

- Receptivo (translado do aeroporto ate o destino e vice e versa);
- Tipo de hospedagem: Pousadas;
- Parceria com fornecedores de Transporte Marítimo: - disponibilizados – Barcos Passageiros (Baleeira), Taxi marítimo (Fretada); ABALINE – Associação de Barqueiros do Litoral Norte do Paraná;
- Tipo de Hospedagem (Pousadas):

**Ilha do Mel:** Pousada por do sol bar e restaurante (Nova Brasília), Pousada Grajagan, (Nova Brasília), Pousada Coração da Ilha (Encantadas), Pousada Caraguatá (encantadas), Pousada recanto da fortaleza (fortaleza).

**Ilha das Peças:** Pousada Refúgio da Ilha, Pousada do Carlinhos.

**Ilha de Superagui:** Pousadas sobre as ondas, Pousada Superagui (hostelling international), Pousada centauro;

- Parceria com Restaurantes:

**Ilha do Mel:** Pousada por do sol bar e restaurante (Nova Brasília), Restaurante Fim da Trilha (encantadas).

**Ilha das Peças:** Restaurante cozinha comunitária Ilha das peças, Restaurante Teodoro Dias.

**Ilha de Superagui:** Restaurante crepúsculo, Restaurante golfinho;

- Parceria com Estacionamento Seguro (Veículos dos clientes);
- Opções de roteiros para as Ilhas: Ilha do Mel (Fortaleza, Nova Brasília, Farol das Conchas, Gruta de Encantadas), Ilha de Superagui (Parque Nacional de Superagui, com uma vasta área da Mata atlântica), Ilha das Peças (Turismo Ecológico, Pesca).

### 3.2 PREÇO

A política do preço para os serviços esta de acordo com a qualidade do produto, os clientes terão a flexibilidade de contratar os serviços com a programação oferecida. - Serão praticados preços promocionais para grupos.

- Descontos progressivos na aquisição de mais pacotes;
- Desconto na indicação de novos clientes.

### 3.3 PRAÇA

Local para a agência seria uma sala no Hostel Continente, localizado na Rua General Carneiro, 300, no centro histórico de Paranaguá, próximo ao Trapiche de embarque para as Ilhas. Ambiente agradável, com uma localização privilegiada, com grande fluxo da população e dos turistas. A venda dos pacotes seria direta e indireta do escritório.

- Parceria com fornecedores de Transporte Marítimo;
- Parceria com as Pousadas;
- Parceria com Restaurantes;
- Parceria com empresas de fotografias e filmagens;
- Parceria com Estacionamento Seguro (Veículos dos clientes).

### 3.4 PROMOÇÃO

- Criação de site para a agência;
- Anúncios e campanhas nas redes sociais;
- Divulgação dos serviços oferecidos nos hotéis, convenções, feiras, festividades da cidade de Paranaguá e regiões;
- Propaganda nos jornais da região;
- Propaganda na Televisão Local (TVCI);
- Visita às empresas e operadoras em Paranaguá divulgando nosso serviço;
- Divulgação nos sites das operadoras;
- Pacote Universitário.

### 3.5 PESSOAS

- Funcionários diretamente ligados ao meio turístico da cidade;
- Estudantes de turismo da UFPR Litoral, estágios para irem aprimorando seus conhecimentos na empresa;
- Treinamento e cursos com funcionários, estudantes e parceiros para o fortalecimento do turismo na nossa região;

- Levantamento das dificuldades no setor turístico da região e quais os pontos a serem melhorados;
- Pesquisa de avaliação com a população e os turistas sobre como o impacto do turismo afeta a cidade;
- Avaliação e auto avaliação de desempenho dos funcionários;
- Gratificações e promoções de acordo com a satisfação dos clientes.

## **4 ASPECTO OPERACIONAL**

Nesse capítulo será descrito como a empresa será estruturada, tanto no ponto de vista físico, com relação às instalações da empresa, equipamentos que a empresa irá possuir, quanto do ponto de vista dos recursos humanos, quantos funcionários a empresa precisará.

### **4.1 LOCALIZAÇÃO**

A empresa irá trabalhar no ramo de turismo, na cidade de Paranaguá, vendendo pacotes turísticos para as Ilhas do litoral paranaense.

### **4.2 RECURSOS FÍSICOS**

- Parceria com Hostel Continente (Paranaguá) com uma sala de apoio para informações e demais serviços oferecidos pela Guap Turismo;
- Móveis artesanais, confortáveis;
- Decoração rústica;
- Sofá para recepção dos clientes.

### **4.3 RECURSOS TECNOLÓGICOS**

- 2 Notebooks e 1 Impressora de última geração;
- Internet – disponibilizando WIFI para os clientes;
- Sistema de som para o ambiente.

### **4.4 RECURSOS HUMANOS**

- Atendentes (2) especializados e com amplo conhecimento sobre as ilhas paranaenses; 1 estagiário;



- Parceria com Hotéis, Pousadas e com o Hostel;
- Parceira com a empresa responsável pelo transporte;
- Parcerias com restaurantes, bares e guias locais;
- Contrato com escritório de contabilidade.

## 5 PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

O Planejamento estratégico consiste na concepção e análise de cenários futuros para um empreendimento, seguido do estabelecimento de caminhos e objetivos, culminando com a definição das ações que possibilitem alcançar tais objetivos e metas para o empreendimento, de acordo com Salim et al. (2005).

De acordo com Nogueira e Almeida (2011, p. 4), “um planejamento estratégico bem elaborado é composto de: visão, missão, cadeia de valores, competências essenciais, análise das oportunidades e ameaças, análise dos pontos fortes e fracos, definição dos objetivos e das metas, formulação e implementação das estratégias, controle e retorno das informações”.

### 5.1 AMBIENTES EXTERNOS (OPORTUNIDADES E AMEAÇAS)

#### 5.1.1 Oportunidades

- Pouca concorrência;

O mercado de agenciamento no litoral paranaense está aberto a novas oportunidades, novos serviços inovadores e também há muitos atrativos naturais ainda com potencial de mercado bastante promissor.

- Linhas de financiamento;

Existem linhas de Créditos destinadas exclusivamente para o turismo como é o caso do Proger Turismo investimento, com objetivo de ajuda a novos microempreendedores na área de turismo, disponibilizando financiamento quase total do projeto, encargos financeiros reduzidos e prazo de pagamento flexível.

- Aumento crescente da demanda;

A ilha do mel já é um indutor que por si só a cada ano, atrai cada vez mais turista. O interessante é o desafio de aproveitar esse volume intenso de turistas que visitam a Ilha do Mel e trazer para eles novas experiências também com outras ilhas e outras cidades do litoral, expandindo oportunidades para novos negócios.

### 5.1.2 Ameaças

- Concorrência de novas atividades turísticas;

Atividade turística tem um mercado bastante lucrativo, e atrai a cada ano novos empreendimentos de diferentes segmentos aumentando a competitividade;

- Impacto negativo que o turismo mal planejado pode causar em áreas de preservação;

O turismo é uma atividade econômica, e muito dessa atividade tem como principal a venda os atrativos, que em muitas desses atrativos, são atrativos naturais. Com a alta procura desses atrativos e maus preparos das instalações dentro desses ambientes bastante vulneráveis pode acarretar a depredação e o desgaste do local visitado.

- Conflito de interesses como povo local;

Quando lidamos com a atividade turística em localidades aonde a cultura, os costumes e as tradições são muito fortes, temos que ter o cuidado de não modificar a forma como essas pessoas vivem, inserindo pessoas de outras localidades com comportamentos totalmente diferentes e tentar mudar o modo de vida local. É importante entender o que a população deseja respeitar e fazer com que o turismo ajude a manter o que está dentro da localidade. Muitos lugares tem um potencial turístico fantástico, mas nem sempre a população local está aberta ao turismo.

## 5.2 ANÁLISES INTERNAS (PONTOS FORTES E PONTOS FRACOS)

### 5.2.1 Pontos Fortes

- Exploração dos Atrativos Naturais no mercado;
- Atendimento através da Internet com eficiência;
- Equipe totalmente qualificada para este serviço;
- Alta capacidade de desenvolvimento;
- Ambiente estruturado e confortável.

### 5.2.2 Pontos Fracos

- Falta de Recursos Financeiros;
- Falta de apoio dos Órgãos Públicos;
- Dificuldade na entrada e reconhecimento do mercado.

### 5.3 OBJETIVOS

Oferecer aos clientes a oportunidade de conhecer as ilhas e seu entorno através de meio de transporte marítimo, estadia e alimentação.

- Financeiro: Metas de rentabilidade da empresa, para primeiro ano da empresa vender 50 pacotes turísticos;
- Mercado: Crescimento no turismo das ilhas, aumentando a renda da população; Fidelidade com os clientes;
- Processos: Monitoramento na qualidade e satisfação dos turistas com relação aos serviços ofertados;
- Pessoas; Agência ter seu reconhecimento no Brasil pela sua eficiência na qualidade dos serviços prestados.

### 5.4 ESTRATÉGIAS

A estratégia que a empresa estará oferecendo é um atendimento ao cliente com qualidade e eficiência, procurando reduzir as taxas excessivas, lidando com o cliente e com a concorrência, para isto aconteça estaremos consolidando parcerias com as empresas, ampliar a divulgação do produto na internet, melhorias no sistema de gestão, profissionais qualificados na área de Turismo que estejam dispostos a estar atualizando suas técnicas.

## **6 ADMINISTRAÇÃO DA EMPRESA**

### **6.1 EMPRESA**

Agência de Turismo: GUAP TURISMO

CNPJ/CPF:

Sócio Proprietário 1

Nome: João Guilherme Romão Dos Santos

Cidade: Paranaguá

Estado: Paraná

Perfil (Breve Currículo)

Formado em Técnico em Turismo pela Universidade Federal do Paraná (UFPR 2010);

Graduado em Tecnologia em Gestão de Turismo pela Universidade Federal do Paraná (UFPR 2016).

Sócio proprietário 2

Kauê Kim Pesch Mariano

Cidade: Paranaguá

Estado: Paraná

Perfil (Breve Currículo)

Graduado em Tecnologia em Gestão de Turismo pela Universidade Federal do Paraná (UFPR 2016).

#### **6.1.1 Definição**

A GUAP TURISMO atuará no ramo do turismo em três (3) Ilhas do Litoral Paranaense, a composição societária é representada por dois sócios, João Guilherme Romão e Kauê Kim Pesch Mariano formandos em Gestão de Turismo.

#### **6.1.2 Missão**

Promover ao turista a satisfação de conhecer as Ilhas do Paraná, através do contato direto com a natureza.

### 6.1.3 Objetivos

- Divulgar as belezas naturais e culturais das Ilhas do Paraná;
- Tornar as Ilhas uma rota turística para todos curiosos;
- Informar aos turistas, que por ser um ambiente natural deve ser cuidado e respeitado, sem nenhuma alteração no ambiente;
- Atender todos os clientes da mesma forma com qualidade e eficiência, dando-lhe segurança e conforto na escolha do serviço;
- Promover o Litoral Paranaense no mercado de trabalho.

## 7 ASPECTOS ECONÔMICOS E FINANCEIROS

A agência GUAP TURISMO, iria buscar recursos através de empréstimo junto ao PROGER TURISMO INVESTIMENTO, com prazo de 30 meses para os investimentos iniciais, financeiros e operacionais no Valor de R\$ 70.000,00.

### 7.1 INVESTIMENTOS INICIAIS

Para abertura da agência GUAP TURISMO seriam necessários gastos para máquinas, equipamentos, móveis e utensílios no valor de R\$ 8.850,00 (TABELA 1).

TABELA 1 – INVESTIMENTOS INICIAIS

Investimentos Iniciais			
(A) Máquinas e Equipamentos			
Descrição	Qtde	Valor	Total
Notebook (Dell)	2	R\$ 2.500,00	R\$ 5.000,00
Impressora / Xerox (HP)	1	R\$ 700,00	R\$ 700,00
Telefone (sem fio)	1	R\$ 150,00	R\$ 150,00
Modem Wifi (internet)	1	R\$ 150,00	R\$ 150,00
Software	1	R\$ 500,00	R\$ 500,00
		<b>Subtotal (A)</b>	<b>R\$ 6.500,00</b>
(B) Móveis e Utensílios			
Descrição	Qtde	Valor	Total
Mesas	2	R\$ 350,00	R\$ 700,00
Cadeiras	4	R\$ 100,00	R\$ 400,00
Armário	1	R\$ 250,00	R\$ 250,00
Filtro de água	1	R\$ 200,00	R\$ 200,00
		<b>Subtotal (B)</b>	<b>R\$ 1.550,00</b>
<b>Total dos Investimentos (A+B)</b>			<b>R\$ 8.000,00</b>

## 7.2 INVESTIMENTOS FINANCEIROS

Tabela abaixo informa o investimento na reserva técnica para formação do capital de giro (TABELA 2).

TABELA 2 – INVESTIMENTOS FINANCEIROS

Investimentos Financeiros	
Investimento a reserva técnica para formação do capital de giro	
<b>Capital de Giro (A)</b>	
<b>Descrição</b>	<b>Total</b>
Reserva (Cobertura Inicial)	R\$ 45.000,00
<b>Total do Investimento Financeiro (A)</b>	<b>Sub-Total</b> R\$ 45.000,00

## 7.3 INVESTIMENTOS PRÉ-OPERACIONAIS

A (TABELA 3) informa os valores gastos antes do funcionamento da empresa.

TABELA 3 – INVESTIMENTOS PRÉ-OPERACIONAIS

Investimentos Pré-operacionais	
Gastos antes do funcionamento da agência	
Reparos (pintura, limpeza, instalação internet, etc), Impostos, Divulgação.	
<b>Investimento na Agência.</b>	
<b>Descrição</b>	<b>Total</b>
Reparos	R\$ 3.000,00
Impostos / Abertura da Empresa	R\$ 2.500,00
Divulgação	R\$ 3.300,00
<b>Total do Investimento Pré- Operacionais</b>	<b>R\$ 8.800,00</b>



## 7.4 RESUMO DOS INVESTIMENTOS

O valor total dos Investimentos para abertura da Agência (TABELA 4).

TABELA 4 – INVESTIMENTOS PARA ABERTURA DA AGÊNCIA

Resumo dos Investimentos – Total	
Descrição	Total
Investimentos Iniciais	R\$ 8.000,00
Investimentos Financeiros	R\$ 45.000,00
Investimento Pré-Operacionais	R\$ 8.800,00
	Total R\$ 61.800,00
<b>Total dos Investimentos</b>	<b>R\$ 61.800,00</b>

## 7.5 CUSTOS FIXOS MENSAIS

A (TABELA 5) abaixo mostra os valores gastos mensais que devem ser provisionadas independente de faturamento ou não da empresa, são custos necessários para o bom funcionamento, onde são discriminados aluguel, energia elétrica, internet, telefone, honorário contador, salários, estacionamento e materiais.

TABELA 5 – CUSTOS FIXOS MENSAIS

Custos Fixos Mensais	
Despesas Operacionais + Salários e encargos + Matérias + Estacionamento	
<b>Estimativa de Custo</b>	
<b>Descrição</b>	<b>Total</b>
Aluguel Sala	R\$ 600,00
Energia Elétrica + Internet (Copel)	R\$ 350,00
Telefone	R\$ 150,00
Honorário Contador	R\$ 600,00
Salários + Encargos (2 Atendentes e 1 Estagiário)	R\$ 4.600,00
Estacionamento	R\$ 300,00
Materiais	R\$ 200,00
<b>Total dos CUSTOS FIXOS MENSAIS</b>	<b>R\$ 6.800,00</b>

## 8 ANÁLISE DE RISCO

Para que a empresa possa ter um rendimento precisamos estudar os riscos que podem interferir no crescimento da empresa.

### 8.1 PROBLEMAS COM A SAZONALIDADE

Um dos grandes problemas de cidades litorâneas é a falta de atratividade durante os períodos sem praia e sol, a busca de turistas por lugares litorâneos é bem reduzida nos períodos de inverno. A grande dificuldade vai ser atrair turistas e ter lucro durante os períodos de baixa temporada.

### 8.2 EFEITOS ECONÔMICOS

A economia tem seus altos e baixos, e uma instabilidade econômica como estamos vivendo, pode prejudicar muito na abertura e no desenvolvimento da empresa, pois se a economia está em recessão, às pessoas não vão ter um poder financeiro tão estável para gastarem com férias, viagens, lazer e recreação;

Como o intuito da empresa GUAP TURISMO é uma agência voltada totalmente para o turismo receptivo, o empecilho maior será ter um capital de giro razoável para manter a empresa funcionando durante dois anos, para que assim, posso realmente ser competitiva no mercado turístico na região do litoral paranaense.

### 8.3 FATORES GOVERNAMENTAIS

Para pequenos investidores, o risco de abrir uma empresa é a falta de incentivo fiscal, pois impostos elevados e a exigências legais muito rigorosas, trazem uma dificuldade muito grande, exigindo um capital de investimento muito alto.

#### 8.4 ESTAGNAÇÃO DO SERVIÇO

A empresa terá que estar sempre em inovação, pois o mercado exige constantes mudanças para que não haja desgastes dos atrativos e se torne algo não mais atraente para aquele grupo determinado de pessoas. Produto ultrapassado pode acarretar uma oportunidade para novas empresas entrem com uma visão que nós não fomos capazes de perceber. É importante sempre buscar a atualização no mercado para que os serviços não acabem sendo muito semelhantes ao que outras empresas estão oferecendo.

#### 8.5 DEFINIÇÕES DO POSICIONAMENTO DE MERCADO

Ter um chão aonde pisar é sempre importante antes de dar o primeiro passo para algo novo. E saber aonde a empresa vai se situar no mercado vai ajudar, a saber, o quanto o mercado está competitivo e se a empresa tem o diferencial que o cliente tanto espera. A empresa tem que definir claramente qual o seu papel no mercado com o que vai trabalhar e com quem ela está concorrendo, para que o cliente não fique confuso na hora da procura do serviço a ser prestado.

#### 8.6 CONCORRENTES

A concorrência no agenciamento de serviços turístico no litoral do Paraná (TABELA 6), seriam as empresas de turismo que não estão localizadas em Paranaguá, são elas; Calango Expedições (Morretes), Serra do Mar Express (Curitiba) e Ecológicatur (Curitiba).

TABELA 6: SERVIÇOS PRESTADOS PELA CONCORRÊNCIA EM RELAÇÃO A GUAP TURISMO.

<b><u>Concorrentes</u></b>	<b>GUAP Turismo</b>	<b>Calango Expedições</b>	<b>Serra Verde Express</b>	<b>Ecológicatur</b>
<b>Estadia</b>	Sim	Sim	Não	Sim
<b>Refeições</b>	Sim	Sim	Sim	Não
<b>Transportes Marítimos</b>	Sim	Sim	Sim	Sim
<b>Roteiros</b>	Sim	Sim	Sim	Sim
<b>Atendimento bilíngue</b>	Sim	Sim	Sim	Sim
<b>Receptivo</b>	Sim	Sim	Sim	Não
<b>Outros transportes</b>	Sim	Sim	Sim	Sim
<b>Diferencial</b>	Turismo Histórico em Paranaguá	Turismo em Morretes e região	City tur em Morretes e Curitiba	Passeios Ecológicos

## 9 CONCLUSÃO

A GUAP TURISMO é uma empresa de turismo receptivo que desenvolveu pacotes turísticos customizados para as Ilhas do litoral paranaense, criada em 2015, a agência tem como finalidade divulgar e explorar esse atrativo natural, sem causar danos ao ambiente. Tivemos a ideia de criar a agência de turismo receptivo, pois Paranaguá é a primeira cidade do Paraná, histórica e turística, também conhecida como "Berço da civilização paranaense", fundada na primeira metade do século XVII, tem, como sua principal atividade econômica, o porto escoador da produção do Paraná, interligando o estado às demais regiões do país e do exterior; sendo uma forma de divulgar o turismo para outras regiões, outro fator para abrir a agência é que a Ilha do Mel conhecida pela sua beleza natural pertence ao município de Paranaguá, é também um dos pontos turísticos mais visitados do Brasil, administrada pelo IAP (Instituto Ambiental do Paraná).

A GUAP TURISMO montou pacotes turísticos para três ilhas, com qualidade e transparência, para que os clientes tenham opções de escolha dos serviços; pousadas, restaurantes e transporte.

O Plano de Negócio teve a importância essencial para análise econômica da agência, e para seus empreendedores, pois através de estudos detalhados e profundos tivemos o êxito para criar a empresa. As análises realizadas para a agência permitira que os riscos de a empresa não dê certo diminua.

## 10 PACOTES TURÍSTICOS

### 10.1 ILHA DO MEL (NOVA BRASÍLIA E ENCANTADAS)

O que está incluso:

Fazer *check-in* na agência para confirmação, saída do terminal de embarque, travessia ida e volta da Paranaguá / Ilha do Mel (01h30min. de viagem), 02 diárias na pousada com quartos para 2,3 ou 4 pessoas, com ou sem café da manhã, refeição almoço e janta.

Pousadas parceiras: Pousada por do sol bar e restaurante (Nova Brasília), Pousada Grajagan, (Nova Brasília), Pousada Coração da Ilha (Encantadas), Pousada Caraguatá (encantadas), Pousada recanto da fortaleza (fortaleza).

Restaurantes Parceiros: Pousada por do sol bar e restaurante (Nova Brasília), Restaurante Fim da Trilha (encantadas).

#### 10.1.1 Atrações

Travessia de barco Paranaguá/Ilha do Mel, Farol das Conchas, Gruta das Encantadas ou Fortaleza Nossa Senhora dos Prazeres, Praia Grande, Praia de Fora, Festa de Nossa Senhora dos Navegantes (Fevereiro), Festa de São Pedro (Junho), Festa da Tainha (Julho), Festival de Comida Típica (Agosto) em Encantadas. Campeonatos de Surf de acordo com o calendário da Federação Paranaense de Surf (FPS); Campeonato de Parapente.

Tarifas: já incluso em todos os pacotes

Pacote para Duas, Três ou Quatros pessoas (transportes marítimos (ida e volta) + pousada (02 diárias) + refeição (café da manhã, almoço e jantar).

Baixa temporada / Alta temporada

2 Pessoas	R\$ 650,00 / R\$ 950,00
3 Pessoas	R\$ 950,00 / R\$ 1250,00
4 Pessoas	R\$ 1250,00 / R\$ 1550,00

Crianças (0 a 3 anos)	LIVRE
Crianças (3 a 12 anos)	R\$ 100,00 / R\$ 140,00
Crianças (a partir de 12 anos)	R\$ 140,00 / R\$ 180,00

Pacote universitário (lazer e estudo): Contato direto da agência com universidade.

Estacionamento p/ clientes: R\$ 40,00

## 10.2 ILHA DE SUPERAGUI

O que está incluso:

Fazer *check-in* na agência para confirmação, saída do terminal de embarque, travessia ida e volta da Paranaguá / Ilha de Superagui (02h de viagem), 02 diárias na pousada em superagui com quartos para 2 ou 4 pessoas, com ou sem café da manhã, refeição almoço e janta.

Pousadas parceiras: Pousadas sobre as ondas, Pousada Superagui (*hostelling international*), Pousada centauro.

Restaurantes Parceiros: Restaurante crepúsculo, Restaurante golfinho.

### 10.2.1 Atrações

Travessia de barco Paranaguá/Ilha de Superagui, Manguezais. Baía de Paranaguá e Guaraqueçaba. Baía dos Golfinhos. Praia deserta para desfrutar do turismo de sol e praia, observação nos animais locais como o papagaio chauãs; Pesca; Carnaval, festa do camarão no mês Junho.

Tarifas: já incluso nos pacotes

Pacotes para Duas ou Quatros pessoas (transportes marítimos (ida e volta) + pousada (02 diárias) + refeição (café da manha, almoço e jantar).

Baixa temporada / Alta temporada

2 Pessoas	R\$ 500,00 / R\$ 750,00
4 Pessoas	R\$ 1000,00 / R\$ 1250,00
Crianças (0 a 3 anos)	LIVRE
Crianças (3 a 12 anos)	R\$ 100,00 / R\$ 140,00
Crianças (a partir de 12 anos)	R\$ 140,00 / R\$ 180,00

Pacote universitário (Lazer e estudo): Contato direto da agência com a universidade.

Estacionamento p/ clientes diária: R\$ 40,00

### 10.3 ILHA DAS PEÇAS (LITORAL NORTE DO PARANÁ)

O que está incluso:

Fazer *check-in* na agência para confirmação, saída do terminal de embarque, travessia ida e volta da Paranaguá / Ilha das Peças, 02 diárias na pousada com quartos para 2,3 ou 4 pessoas, com ou sem café da manhã, refeição almoço e janta.

Pousadas parceiras: Pousada Refúgio da ilha, Pousada do Carlinhos.

Restaurantes Parceiros: Restaurante cozinha comunitária Ilha das peças, Restaurante Teodoro Dias

.

#### 10.3.1 Atrações

Travessia de barco Paranaguá/Ilha das peças (02h30min de barco), Caminhada pela praia deserta; Luau com musica ao vivo e Cataia (bebida típica do litoral Paranaense); Passeio de barco noturno para observação de plânctons, pesca local, Lugar ótimo para descanso. Festa de São Sebastião no mês de Janeiro.



Tarifas: já incluso nos pacotes

Pacotes para Duas, Três ou quatro pessoas (transportes marítimos (ida e volta) + pousada (02 diárias) + refeição (café da manhã, almoço e jantar).

Baixa temporada / Alta temporada

2 Pessoas	R\$ 600,00 / R\$ 900,00
3 Pessoas	R\$ 900,00 / R\$ 1200,00
4 Pessoas	R\$ 1200,00 / R\$ 1500,00
Crianças (0 a 3 anos)	LIVRE
Crianças (3 a 12 anos)	R\$ 100,00 / R\$ 140,00
Crianças (a partir de 12 anos)	R\$ 140,00 / R\$ 180,00

Pacote universitário (Lazer e estudo): Contato direto da agência com a universidade.

Estacionamento p/ clientes diária: R\$ 40,00

## REFERÊNCIAS

AGÊNCIA DE VIAGENS. In: WIKIPÉDIA, a enciclopédia livre. Flórida: Wikimedia Foundation, 2015. Disponível em: [https://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Ag%C3%A2ncia\\_de\\_viagens&oldid=43966613](https://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Ag%C3%A2ncia_de_viagens&oldid=43966613)>. Acesso em: 28 fev. 2016.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE AGÊNCIAS DE VIAGENS (abav) 1953 - 2003 **50 Anos de História, Lutas e Vitórias Publicado em comemoração aos 50 anos da Associação Brasileira de Agências de Viagens – ABAV** Coordenação e Edição: Luiz Sales. São Paulo 2003.

BLOG DA APA DE GUARAQUEÇABA: **Área de proteção ambiental de Guaraqueçaba**. 2011. Disponível em: <https://apaguara2.wordpress.com/2011/02/14/a-area-de-protecao-ambiental-de-guaraquecaba/>>. Acesso em: 14 jan. 2016.

CANDIOTO, Marcela Ferraz. **Agência de turismo no Brasil: Embarque imediato pelo portão dos desafios**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

DANTAS, Jose Carlos de Souza. **Qualidade do atendimento nas agências de viagens: Uma questão de gestão estratégica**. São Paulo: Roca, 2002.

Giannini, P.C.F., Angulo, R.J., Souza, M.C., Kogut, J.S. & Delaí, M.S. 2004. **A erosão na costa leste da Ilha do Mel, baía de Paranaguá, estado do Paraná: modelo baseado na distribuição espacial de formas deposicionais e propriedades sedimentológicas**. Revista Brasileira de Geociências 34: 231-242.

GOMES, Isabela Motta. SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (sebrae) – **Como elaborar um plano de marketing**. Edição sebrae. Belo Horizonte: SEBRAE/MG, 2005. Disponível em: [http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS\\_CHRONUS/bds/bds.nsf/1947E3304928A275032571FE00630FB1/\\$File/NT00032296.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/1947E3304928A275032571FE00630FB1/$File/NT00032296.pdf)>. Acesso em: 14 dez. 2015.

GONZAGA, Carlos Alberto Marçal; DENKEWICZ, Patrícia; PRADO, Keyla Cristina Pereira. **Unidades de Conservação, ecoturismo e conflitos socioambientais na Ilha do Mel, PR, Brasil**. Revista Admpg Gestão Estratégica, Ponta Grossa, v. 7, n. 1, p.61-67, 2014. Disponível em: [http://www.admpg.com.br/revista2014\\_1/Artigos/Artigo 7 v.7 n.1 on line.pdf](http://www.admpg.com.br/revista2014_1/Artigos/Artigo%207%20v.7%20n.1%20on%20line.pdf)>. Acesso em: 18 jan. 2016.

GUEDES, Maria Helena. **Os alojamentos**. 1 ed. Vitória. Distribuição independente 2015.

IAP [INSTITUTO AMBIENTAL DO PARANÁ]. **Plano de manejo da Estação Ecológica da Ilha do Mel**, PR. Curitiba: IAP, 1996.

ILHA DAS PEÇAS. In: WIKIPÉDIA, a enciclopédia livre. Flórida: Wikimedia Foundation, 2014. Disponível em:  
<[https://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Ilha\\_das\\_Pe%C3%A7as&oldid=40835420](https://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Ilha_das_Pe%C3%A7as&oldid=40835420)>. Acesso em: 23 fev. 2016.

LAGE, Beatriz Helena Gelas; MILONE, Paulo César. **Economia do Turismo**. 7. ed. São Paulo, Editora Atlas. 2001. 226 p.

NOGUEIRA, Carla Rossana de Araujo Torres; ALMEIDA, Marcia Rejane de Araujo. **Plano de Negócios e Planejamento Estratégico: Ferramentas que geram vantagem competitiva. Uma abordagem sobre o BSC enquanto ferramenta estratégica aplicada à Escola do Design**. VIII Convibra Administração – Congresso Virtual Brasileiro de Administração. 2011. Disponível em:  
[http://www.convibra.org/upload/paper/adm/adm\\_2710.pdf](http://www.convibra.org/upload/paper/adm/adm_2710.pdf). Acesso em 28 Jan, 2016.

PARQUE NACIONAL DE SUPERAGÜI. In: WIKIPÉDIA, a enciclopédia livre. Flórida: Wikimedia Foundation, 2016. Disponível em:  
<[https://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Parque\\_Nacional\\_de\\_Superag%C3%BCi&oldid=44823048](https://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Parque_Nacional_de_Superag%C3%BCi&oldid=44823048)>. Acesso em: 26 fev. 2016.

PREFEITURA DE PARANAGUÁ. Secretaria Municipal de Tecnologia da Informação. **Guia Turístico: Ilha do Mel**. 2013. Disponível em:  
<<http://www.paranagua.pr.gov.br/conteudo/guia-turistico/ilha-do-mel>>. Acesso em: 14 jan. 2016.

ROSA, Cláudio Afrânio. SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (sebrae) – **Como elaborar um plano de negócio**. Edição sebrae. Brasília 2013. Disponível em:  
[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS\\_CHRONUS/bds/bds.nsf/5f6dba19baaf17a98b4763d4327bfb6c/\\$File/2021.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/5f6dba19baaf17a98b4763d4327bfb6c/$File/2021.pdf). Acesso em: 14 dez. 2015.

SALIM, Cesar Simões et al. **Construindo planos de negócios**. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

SEMA/IAP. Secretaria de Estado do Meio Ambiente e Recursos Hídricos / Instituto Ambiental do Paraná. **Plano de Manejo da Estação Ecológica da Ilha do Mel**. Curitiba: Sema, 1996.

TOMELIN, Carlos Alberto. Mercado de Agências de Viagens e Turismo: **Como competir diante de novas tecnologias**. São Paulo: Editora Aleph, 2001.

THOMAS COOK. In: WIKIPÉDIA, a enciclopédia livre. Flórida: Wikimedia Foundation, 2015. Disponível em:  
<[https://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Thomas\\_Cook&oldid=44203287](https://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Thomas_Cook&oldid=44203287)>. Acesso em: 28 fev. 2016.